

LIDIA MARÔPO, MARISA TORRES DA SILVA & MARA MAGALHÃES

lidiamaropo@gmail.com; marisatorresilva@gmail.com; marasemyra@gmail.com

INSTITUTO POLITÉCNICO DE SETÚBAL E CICS.NOVA – UNIVERSIDADE NOVA
DE LISBOA / UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA E CIC.DIGITAL (PÓLO FCSH) /
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA, CIC.DIGITAL (PÓLO FCSH) E CICS.NOVA

FEMINISMO ONLINE EM PORTUGAL: UM MAPEAMENTO DO ATIVISMO NO FACEBOOK

RESUMO

O objetivo deste artigo consiste em mapear o ativismo feminista *online* em Portugal, nomeadamente a forma como tem utilizado o Facebook para promover a sua causa. Realizámos, para tal, um estudo exploratório quantitativo de 47 páginas que abordam temáticas ligadas à causa feminista, através da aplicação Netvizz. Analisando a proveniência das páginas, as temáticas e conteúdos publicados, os seguidores e a média de interações em 2016, concluímos que, apesar do número significativo de páginas que promovem a disseminação de ideias e a discussão pública em torno dos direitos das mulheres, a sua popularidade é maioritariamente limitada (39 páginas têm menos de 5 mil seguidores) e o nível de *engagement* dos seguidores é baixo, demonstrando a dificuldade de projeção significativa destes movimentos. As páginas são sobretudo institucionais, especialmente associações e organizações não-governamentais, com destaque para a *Capazes*, um fenómeno de popularidade que reúne 57% dos seguidores do total de todas as páginas analisadas.

PALAVRAS-CHAVE

Feminismo; ciberativismo; Facebook; redes sociais

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o feminismo em Portugal tem sido marcado por novas formas de organização e de dinamização das ações assentes na internet e numa maior diversidade do pensamento feminista (Tavares, 2008). As redes sociais *online* representam uma nova fase para as ações e reivindicações do movimento (Burigo, Burigo, Azevedo, Delajustine, & Teixeira, 2016) fortalecendo a organização ativista e a prática institucional,

a disseminação de conteúdo irónico e provocativo, a reflexão e adesão a movimentos mundiais (Tomazetti, 2015).

Após a efervescência do movimento feminista português no início do século XX, marcado por organizações como a Liga Republicana das Mulheres Portuguesas (1908-1919) e pelo Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas (1914-1947), na chamada primeira vaga do feminismo, a causa ficou durante décadas adormecida em prol da luta antifascista durante o Estado Novo (Tavares, 2008). Segundo a autora, só com o 25 de Abril de 1974 e a democracia houve condições para a propagação dos ideais feministas de segunda vaga, com a discussão de temas como a violência doméstica, a liberdade sexual e a legalização do aborto. Este último tema domina a agenda feminista nas décadas de 1980 e 1990, quando surgem colóquios pioneiros nos estudos das mulheres e novas associações voltadas para setores profissionais e para áreas de intervenção específicas, que introduzem na agenda pública a luta pela igualdade no trabalho.

Os anos 1990 foram marcados por conquistas na área da violência contra a mulher, com a aprovação de lei para a proteção de mulheres vítimas da violência (1991) e de políticas públicas de combate ao problema. O início do século XXI traz uma grande vitória para a causa feminista, após três décadas de luta. Em 11 de fevereiro de 2007 a população portuguesa aprova em referendo a despenalização da interrupção voluntária da gravidez. Um marco que fortalece a emergência da chamada terceira vaga do feminismo (o “pós-feminismo”), marcada pela preocupação com a diversidade através do debate sobre os direitos de mulheres lésbicas, imigrantes, negras, num momento de proliferação de organizações feministas e de internacionalização do movimento.

Neste contexto, o feminismo é fortemente marcado pelas alterações substanciais que a internet traz à esfera pública, permitindo a criação de diferentes plataformas de expressão e de formas concertadas de atuação política, facilitando a articulação e a partilha de conteúdos entre grupos de cidadãos.

Tendo em conta estas considerações, o objetivo deste trabalho é mapear o ativismo feminista no Facebook em Portugal. Identificámos as páginas autodenominadas feministas ou que tratam de forma destacada a causa feminista em 2016. Foram considerados 47 perfis que mantiveram atividade regular no referido ano. Estes refletem a amplitude do movimento no país que mantém ligações com associações, organizações não-governamentais, instituições académicas, órgãos governamentais, além de coletivos e eventos. A ideia é fazer uma cartografia destas páginas como um primeiro passo para futuras análises mais aprofundadas.

FEMINISMO E ATIVISMO DIGITAL

As potencialidades da internet no âmbito da comunicação pública têm sido apontadas por vários autores, que destacam, entre outros aspectos, a produção de novos espaços para a informação, debate e interação (Dahlberg, 2001) ou a possibilidade de uma participação mais ativa em processos de deliberação (Esteves, 2007; Papacharissi, 2002), podendo assim contribuir para a revitalização da comunicação política (Coleman & Blumler, 2009).

Perante estas transformações, os movimentos sociais encontraram várias possibilidades de organização, utilizando os benefícios da internet para a concretização de novas formas de ativismo. Com a reorganização dos movimentos sociais neste contexto, o feminismo encontrou também novos lugares de práticas e expressões coletivas (Tomazetti, 2015).

A presença do feminismo no mundo digital situa assim o movimento politicamente num ciclo de novas oportunidades alavancadas pela construção de laços solidários entre mulheres e feminismos de todo o mundo. De acordo com Burigo et al. (2016), com o crescimento do ciberativismo, o movimento feminista encontra uma nova fase para as suas ações e lutas.

Nesta perspetiva, as redes sociais *online* (Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, entre outras) são vistas como espaço para a promoção de vozes contestatórias que procuram conectar-se com audiências mais vastas (Leung & Lee, 2014). O ativismo digital permite a produção e difusão de conteúdos através de uma comunicação horizontalizada (Cardoso & Castells, 2006). Recuero e Lima (2016) referem neste âmbito que a capacidade dos *sites* de redes sociais em contribuir para a comunicação facilitou a organização de ações coletivas de defesa e de promoção dos interesses que podem ser quer de preservação de determinada ordem estabelecida na sociedade, quer de transformação. O feminismo, reforçam as autoras, tem utilizado cada vez mais as redes sociais para que as mulheres possam organizar-se e alcançar os objetivos do movimento, favorecendo, por outro lado, maiores possibilidades para a disseminação das suas ideias e, ainda, um maior acesso ao movimento (Burigo et al., 2016).

Apesar de todas as potencialidades acima identificadas, os desafios do ativismo *online* são vários e incluem a dificuldade de projeção significativa de protestos e de causas (Rapp, Button, Fleury-Steiner & Fleury-Steiner, 2010), bem como o baixo nível de compromisso e fragilidade dos laços sociais que comportam estas novas formas de apoio social (Castells, 2007). Com efeito, de acordo com Peter Dahlgren, a utilização da internet para fins políticos é, aliás, bem menor quando comparada com outras atividades e

formas de envolvimento, como o lazer, o entretenimento ou o consumo (Dahlgren, 2005, 2009, 2011).

Por outro lado, e como sublinha o mesmo autor (Dahlgren, 2015), do ponto de vista da sua eficácia, a participação política *online* é fraca. Fazendo uma distinção conceptual entre participação instrumental (em que os cidadãos estão interessados nos resultados e nas suas consequências) e participação expressiva (em que o benefício reside no ato em si mesmo, o que pode ser importante na construção de identidades coletivas e na mobilização da opinião em torno de certos assuntos), Dahlgren situa a participação política via *web* no âmbito da participação expressiva, pela maior facilidade de expressar algo (em detrimento do *fazer* algo). O chamado *clicktivism* permite chegar aos cidadãos (e, por sua vez, permite que estes cheguem uns aos outros), mas pode transformar-se em *slacktivism*, uma forma de participação mais efémera ou uma espécie de “esfera pública a solo”, que não se materializa numa participação “no terreno”, na vida social e política.

Por fim, não podemos olhar para o ciberespaço como um local desligado dos antagonismos e desigualdades sociais que pautam as discussões políticas *offline* – nesse sentido:

Não é a Internet a grande ameaça à nossa democracia, mas muito mais uma dada ordem social e política – a nossa – que cria, por vezes, grandes limitações à Internet (e às tecnologias do digital de um modo geral), nomeadamente quanto às suas potencialidades e capacidades democráticas. (Esteves, 2011, p. 36)

Tal abordagem significa também um afastamento em relação a uma perspetiva determinista da internet enquanto nivelador automático do poder comunicativo (Mena & Benítez-Eyzaguirre, 2017) e, também, particularmente, uma maior abrangência nas análises empreendidas à circulação de discursos em ambiente *online*, que não devem ser vistas independentemente da cultura política e da ordem política/social em que se inserem. A internet implica potencialidades visíveis na revitalização da comunicação política, mas esse potencial é vulnerável de acordo com a infraestrutura social, política e económica que a rodeia. Uma reflexão que é tida em conta neste trabalho de análise do ativismo feminista *online* em Portugal.

METODOLOGIA

O objetivo deste trabalho é mapear o ativismo feminista no Facebook em Portugal, respondendo às seguintes perguntas: que páginas defendem

a causa feminista em Portugal? Qual o volume de publicações? Qual o número de seguidores que alcançam? Que temáticas abordam? Qual o nível de *engagement* destas páginas? Estas questões permitem um conhecimento introdutório do ativismo feminista digital no país, com uma sistematização de dados útil para futuras análises mais aprofundadas.

Para encontrar as páginas feministas portuguesas no Facebook, realizou-se um estudo exploratório inspirado no processo de criação de amostra por bola de neve:

Para o pontapé inicial, lança-se mão de documentos e/ou informantes-chaves, nomeados como sementes, a fim de localizar algumas pessoas com o perfil necessário para a pesquisa, dentro da população geral (...). Assim, as sementes ajudam o pesquisador a iniciar seus contatos e a tatear o grupo a ser pesquisado. (Vinuto, 2014, p. 203)

Lista de páginas

- | | | |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 1. Associação Portuguesa de Mulheres Cientistas (Amonet) | Igualdade de Género | as Mulheres |
| 2. Associação Mulheres Sem Fronteiras | 15. Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego | 31. Maria e o Mundo: crescer mais iguais |
| 3. Associação Portuguesa de Mulheres Juristas (APMJ) | 16. Confraria Vermelha Livraria de Mulheres | 32. Mulher Não Entre |
| 4. Art+themis+UMAR | 17. Contra a Violência Doméstica | 33. Mulheres, Paz e Segurança |
| 5. Assédio Sexual @Umar Assédio | 18. Estudos sobre as Mulheres (CEMIR) | 34. Nós, mulheres |
| 6. Assembleia Feminista de Coimbra | 19. Festival Feminista do Porto | 35. NTP - não te privas: Grupo de Defesa dos Direitos Sexuais |
| 7. Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres - APEM | 20. Femafrro | 36. Observatório de Sexualidade |
| 8. Capazes | 21. Group for Activism and Transformation through Art (GATA) | 37. Plataforma Portuguesa para o Direito das Mulheres Projeto |
| 9. Caravana Feminista 2015 | 22. O Género Em Foco | 38. Empoderar - do Sonho à Ação |
| 10. Centro de Cultura e Intervenção Feminista (CCIF/UMAR) | 23. Género & Sexualidades - GT SocCom | 39. República das Marias |
| 11. Coletivo Feminista do Porto | 24. Graal Portugal | 40. Quebrar Barreiras – UMAR |
| 12. Coletivo Feminista Radical - Radical Feminist Collective | 25. Indignação contra a violência sexual | 41. Rede de Jovens para a Igualdade |
| 13. Coletivo Zanele Muhlil de Lésbicas e Bissexuais Negras | 26. Intimidade e Deficiência | 42. Roda das Pretas |
| 14. Comissão para a Cidadania e | 27. KRIZO - Educação, Arte e Cidadania | 43. Slutwalk Porto |
| | 28. Lóbulu | 44. UMAR - União de Mulheres Alternativa e Resposta |
| | 29. Marcha Mundial Mulheres Portugal | 45. UMAR – Braga |
| | 30. Marcha pelo Fim da Violência Contra | 46. UMAR – Coimbra |
| | | 47. Universidade Feminista |

Figura 1: Páginas feministas com atividade no Facebook em 2016

Com base nessa lógica, a partir de perfis feministas no Facebook de grande destaque no cenário português – Capazes, União de Mulheres Alternativa e Resposta (UMAR) e Plataforma Portuguesa para os Direitos das Mulheres –, procurámos as páginas que estas seguiam, recorrendo à própria plataforma que permite visualizar os “gostos” que uma página dá em outras páginas. A partir desta “segunda camada” de páginas, outras foram encontradas e assim sucessivamente, até que não foi possível encontrar novos perfis dedicados ao tema. No total, foram encontradas 47 páginas feministas com atividade em 2016 no Facebook. Foram ainda encontradas

mais oito páginas que consideramos como “desativadas”, pois não contavam com publicações em 2016. Outras seis também foram excluídas da amostra porque só iniciaram atividades em 2017, algumas aparentemente motivadas pelas movimentações do Dia da Mulher, 8 de março.

Cada página encontrada foi observada tendo em conta as seguintes categorias: autoapresentação (secção “sobre” da *timeline*, que permite conhecer os objetivos da página e a identificação enquanto feminista), institucionalização (institucional – ONG, associação, académica, governamental ou outros e não institucional – coletivo ou evento) e número de seguidores (“gostos”, contabilizados em janeiro de 2017).

Para melhor aprofundar esta análise, recorreremos aos chamados métodos digitais, ou seja, a utilização de ferramentas computacionais na pesquisa científica (Rogers, 2013) para auxiliar a recolha, organização e contabilização de dados, que se tem mostrado uma boa opção para estudos sobre a internet (Magalhães & Marôpo, 2016). Neste sentido, a ferramenta digital Netvizz, disponibilizada pelo próprio Facebook, possibilitou o reconhecimento do conteúdo e recolha de dados sobre as interações nas páginas. Assim, foi possível ter acesso a todos os *posts* de 2016 de cada página e contabilizar o número de *posts* publicados. A ferramenta permitiu também a observação assistemática dos conteúdos publicados pelas páginas, para identificar as temáticas mais destacadas pelo ativismo feminista no Facebook em Portugal. Possibilitou ainda recolher os dados sobre o *engagement* destas publicações, ou seja, a soma do número de partilhas, comentários e reações (“gosto” ou outros).

ANÁLISE DOS DADOS

AS PÁGINAS

Verificou-se que das 47 páginas listadas, 32 pertencem à categoria Institucional, ou seja, são geridas por uma organização da sociedade civil, um órgão governamental ou uma instituição académica. Desse total, utilizando as subcategorias criadas, 16 são de associações e ONG. De entre as associações, destacam-se as orientadas para setores profissionais (Associação Portuguesa de Mulheres Juristas, por exemplo) e dentre as organizações não-governamentais podemos citar a UMAR, a Plataforma Portuguesa para o Direito das Mulheres e Capazes, entre outras.

As páginas

Institucionais (32)

Associações/ONG: 16

Académicas: 7

Órgãos Governamentais: 4

Outros: 5

Não institucionais (15)

Coletivos: 10

Eventos: 5

Total: 47

Figura 2: Tipo de páginas

Na subcategoria “académicas”, constam sete páginas (como a Universidade Feminista, a Associação Portuguesa de Mulheres Cientistas ou a Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres). Foram encontradas ainda quatro páginas classificadas na categoria “órgãos governamentais”: “Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género”, “Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego”, “Mulheres Paz e Segurança” (II Plano Nacional de Ação para a Implementação da Resolução do Conselho de Segurança das Nações Unidas n.º 1325/2000 sobre Mulheres, Paz e Segurança) e “Contra a Violência Doméstica” (Governo Regional da Madeira). Embora estas páginas de origem governamental não possam ser classificadas obviamente enquanto exemplo de mobilização da sociedade civil, considerou-se relevante integrá-las neste mapeamento por advogarem a favor da causa feminista e, também, por terem números significativos de seguidores e volume de *posts*.

Na categoria “institucional”, foram também encontradas seis páginas subclassificadas como “outros”. São perfis como o da Confraria Vermelha, livraria da cidade do Porto especializada em livros escritos por mulheres, que promove eventos e encontros sob a perspetiva de género. Também entraram nessa categoria projetos feministas financiados por diferentes organizações, como o “Projeto Empoderar”, que promove a capacitação para empregabilidade de jovens mulheres ciganas; e o projeto “Intimidade e Deficiência”, que luta pela cidadania sexual e reprodutiva de mulheres com deficiência em Portugal.

Um total de 16 páginas foram classificadas na categoria “não-institucional”. A maioria destas (dez) foi classificada na subcategoria “coletivos”. Estes grupos informais são em grande parte generalistas (oito): “Assembleia Feminista de Coimbra”, “Coletivo Feminista do Porto”, “Coletivo Feminista Radical”, “Group for Activism and Transformation through Art

(GATA)”, “Lóbula”, “Nós, mulheres”, “Mulher Não Entra” e “República das Marias”. Por outro lado, apenas dois perfis se dedicam a áreas de intervenção específicas conectadas com a diversidade feminista de terceira vaga: “Coletivo Zanele Muholi de Lésbicas e Bissexuais Negras” e o “Roda das Pretas”, que no Facebook afirma lutar “pela visibilidade da mulher preta portuguesa e em Portugal”.

Foram ainda encontradas cinco páginas de eventos feministas também classificadas entre as não-institucionais: “Marcha Mundial das Mulheres Portugal”, “Marcha pelo Fim da Violência contra as Mulheres”, “Festival Feminista do Porto”, “Slutwalk Porto”, “Caravana Feminista 2015”. Estes eventos são geralmente anuais, mas as páginas permaneceram ativas ao longo do ano de 2016.

AS TEMÁTICAS

Para obtermos um panorama das temáticas abordadas, fizemos uma observação assistemática dos conteúdos publicados. Nesta fase do trabalho, pretende-se ter uma ideia geral da agenda das páginas analisadas.

As temáticas

- Violência contra a mulher
- Assédio sexual
- Igualdade no trabalho
- Mulheres e diversidade: negras, refugiadas, ciganas, com deficiências, homossexuais
- Divulgação de manifestações, eventos académicos e publicações sobre género

Figura 3: Temáticas das páginas

Entre os perfis da subcategoria “associações e ONG”, a agenda feminista destaca especialmente a violência contra a mulher, igualdade no trabalho e a divulgação de manifestações e eventos feministas. Nas páginas dedicadas a áreas de intervenção específicas há, naturalmente, uma valorização das suas temáticas centrais, como é o caso da página “Assédio Sexual” e da “Femafro”, que atua na defesa das mulheres negras africanas e afrodescendentes. Na primeira, por exemplo, o *post* de maior *engagement* é a reportagem televisiva “SOS Assédio”, da jornalista Susana Bento Ramos

(TVI), sobre assédio moral e sexual no local de trabalho. Na segunda, a publicação com maior número de interações é um vídeo com a cobertura do “I Encontro Feministas Negras, Portugal”.

Nos perfis inseridos na categoria “académica”, verificou-se uma forte incidência de *posts* acerca de estudos sobre género, de colóquios sobre o feminismo e oportunidades de trabalho científico para mulheres, além de homenagens a investigadoras feministas. Por exemplo, as publicações com maior interação nas páginas da “Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres (APEM)” e da “Universidade Feminista”, as duas mais populares desta categoria, tratam respetivamente da divulgação do concurso de contos para autoras “Autonomia das Mulheres”, promovido pelo Fórum das Mulheres do Mediterrâneo, e do “desaparecimento físico de uma das mentes mais brilhantes do feminismo em Portugal”, Maria Isabel Barreno.

As publicações dos “órgãos governamentais” trazem temas como a violência doméstica, o assédio sexual e a igualdade profissional, em grande parte ligados a políticas públicas ou ações do governo.

Na última subcategoria das páginas institucionais, “outros”, as temáticas em destaque privilegiam as áreas de intervenção específicas de cada projeto, enquanto nos perfis “não-institucionais” a violência contra a mulher e a divulgação de manifestações estão entre os temas com incidência mais significativa.

OS SEGUIDORES

Os dados coletados demonstram que a página “Capazes”, criada em dezembro de 2014 pelas apresentadoras de televisão Rita Ferro Rodrigues e Iva Domingues, destaca-se fortemente no que respeita à popularidade. Com um total de 160 mil “gostos”, agrega sozinha 57% do total de seguidores (118 mil) das 47 páginas do *corpus* analisado.

Disputando um segundo lugar em popularidade, a “Comissão para Cidadania e Igualdade de Género (CIG)” e a União de Mulheres Alternativa e Resposta (UMAR), contam respetivamente com 15.337 e 14.390 seguidores. Em seguida, está a página da “Associação de Mulheres Juristas (APMJ)”, com 9.313 mil seguidores. Estas fazem parte de um grupo de sete páginas com 5 a 15 mil seguidores, que inclui ainda mais dois perfis institucionais – “Plataforma Portuguesa para o Direito das Mulheres” (5.124), “Rede Jovens para Igualdade” (6.632) – e dois não institucionais – “Mulher não entra” (5.791) e “Marcha Mundial das Mulheres Portugal” (5.729).

OS “GOSTOS”/SEGUIDORES

160 mil seguidores: 1 página (Capazes)
 5 a 15 mil seguidores: 7 páginas
 1 a 5 mil seguidores: 22 páginas
 Abaixo de mil seguidores: 17 páginas

Tabela 1: Popularidade das páginas

Um total de 22 páginas possui entre um a cinco mil seguidores. Destas, 14 são institucionais, como a “Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres (APEM)” (3.182), o “Centro de Cultura e Intervenção Feminista (CCIF/UMAR)” (2.951) e a “Confraria Vermelha” (4.364) – e oito foram classificadas como não-institucionais, são elas: “Caravana Feminista 2015” (3.682), “Festival Feminista do Porto” (3.403), “República das Marias” (2.125), “Group for Activism and Transformation Through Art (GATA)” (1.160), “Lóbula” (1.775), “Marcha pelo fim da Violência contra a Mulher” (3.038), “Nós Mulheres” (2.275), “Slutwalk Porto” (1.334).

Foram encontradas 17 páginas com menos de mil seguidores, sendo cinco não institucionais e 12 institucionais. Alguns exemplos de perfis nesta categoria são: “Assembleia Feminista de Coimbra” (512), “Coletivo Feminista Radical” (727), “Género & Sexualidades – GT Sopcom” (786), “Graal Portugal” (414) e “UMAR – Coimbra” (702).

PUBLICAÇÕES E *ENGAGEMENT*

Com o Netvizz, foi possível verificar a quantidade de publicações por página no ano de 2016 e o *engagement* (interações) – soma dos comentários, partilhas e “gostos” (ou outras reações) – de cada publicação. Estes dados permitem obter um panorama geral da *performance* do ativismo feminista português no Facebook.

Publicações vs. *Engagement*

- **Entre 2 e 4 posts por dia (3):** Capazes (P= 1472; E=271), UMAR (P= 1207; E= 48) e Nós, Mulheres (P= 1117; E= 8.6)
- **Pelo menos 1 post por dia (5):** APMJ (P=534; E=35); Confraria Vermelha (P=547; E=13); Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (P=388; E=48); Rede Jovens para a Igualdade (P=454; E=15) e Coletivo Feminista Radical (P=413; E=2).
- **Menos de 1 post por dia (39):** (E= 1 a 20)

Imagem 4: Performance das páginas

Segundo a frequência de publicações, podemos dividir as 47 páginas analisadas em três grupos. No primeiro, temos as páginas com média de dois a quatro *posts* por dia: Capazes (quatro), UMAR (três) e coletivo Nós, Mulheres (três). O *engagement* destas páginas, como seria de esperar, não está diretamente ligado à quantidade de publicações, mas revela alguma proporcionalidade em relação ao número de seguidores. Neste sentido, a Capazes, sendo a página largamente mais popular (160 mil seguidores), tem também uma média de *engagement* significativamente maior ($E=272$), enquanto a UMAR (terceira página mais popular com 14.390 seguidores) tem um *engagement* médio de 49. Apesar do grande volume de publicações, o coletivo “Nós, mulheres” (desde 2013 no Facebook) tem um número de seguidores modesto ($S=2.275$) que se traduz numa média de nove interações por *post*.

Num segundo grupo, reunimos as páginas com pelo menos um *post* por dia, são cinco, que contam com número de interações e de seguidores bastante variado: “Comissão para Cidadania e Igualdade de Género” ($S=14.978$; $E=48$), “APMJ” ($S=9.313$; $E=35$), “Rede Jovens para Igualdade” ($S=6.632$; $E=15$), “Confraria Vermelha” ($S=4.364$; $E=13$) e “Coletivo Feminista Radical” ($S=727$; $E=2$).

O terceiro grupo, que engloba a grande maioria das páginas (39), tem uma média de menos de um *post* veiculado por dia em 2016. Destas, pode-se afirmar que 22 têm atividade regular, publicando pelo menos uma vez por semana. Outras 17 páginas publicaram apenas esporadicamente, como a “Caravana Feminista 2015” (10 *posts* e média de 58 interações) ou o “Coletivo Feminista do Porto” (11 *posts* e média de *engagement* de 7).

CONCLUSÃO

Há um número expressivo de páginas no Facebook dedicadas às lutas feministas em Portugal (47) que facilitam a disseminação de ideias sobre a causa e promovem o debate público sobre os direitos das mulheres. No entanto, o número médio de seguidores das páginas é relativamente baixo (39 páginas têm menos de 5 mil seguidores) e a grande maioria não atinge uma publicação diária (39), enquanto cinco publicam pelo menos uma vez por dia e apenas 3 publicam mais de duas vezes por dia (Capazes, UMAR e CCIG). O *engagement* é em geral baixo e proporcional ao número de seguidores de cada página.

Constatamos, assim, na maior parte dos casos, uma projeção limitada e um fraco compromisso dos seguidores (como demonstra o baixo nível

de *engagement*), desafios identificados na revisão de literatura e que podem comprometer a eficácia desta forma de participação política. No entanto, ressaltamos que os nossos dados não nos permitem tirar conclusões sobre o papel concreto das redes sociais *online* na mobilização e participação na vida social e política quotidiana ou ainda, utilizando a expressão de Peter Dahlgren (2015), na participação política do tipo instrumental, pelo carácter exploratório deste estudo, que, contudo, pode constituir um contributo importante para pesquisas futuras em torno do ativismo feminista na internet.

As páginas são na sua maioria institucionais (32) e são estas que detêm a grande maioria dos seguidores, especialmente associações e organizações não-governamentais, em detrimento de páginas não-institucionais geridas por coletivos ou dedicadas a eventos (15).

Verificamos, ainda, uma grande concentração de popularidade na Capazes, que congrega 57% dos seguidores do total de todas as páginas analisadas, em contraponto a organizações com décadas de existência como a UMAR (5%), CIG (5%) e APMJ (3%). O fenómeno Capazes pode ser explicado por esta ONG ter sido fundada em 2014 por celebridades com significativo capital social, as apresentadoras Rita Ferro Rodrigues e Iva Domingues, que emprestam à causa a visibilidade que alcançaram nos média *mainstream* e que parecem gerir a comunicação da organização de forma profissionalizada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Burigo, B. D.; Burigo, J.; Azevedo, D.; Delajustine, A. C. & Teixeira, T. (2016). A Joanna sou eu, mas a casa é nossa: a emergência de um locus midiático colaborativo feminista. *Revista Café com Sociologia*, 5, 64-77.
- Cardoso, G. & Castells, M. (Ed.). (2006). *A Sociedade em Rede: do conhecimento à acção política*. Lisboa: Imprensa Nacional — Casa da Moeda.
- Castells, M. (2007). *A Galáxia Internet*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Coleman, S. & Blumler, J. G. (2009). *The Internet and democratic citizenship. Theory, practice and policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dahlberg, L. (2001). Computer-mediated communication and the public sphere: a critical analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(1).
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: dispersion and deliberation. *Political Communication*, 22, 147-162.

- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement. Citizens, communication, and democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dahlgren, P. (2011). Parameters of online participation: conceptualizing civic contingencies. *Communication Management Quarterly*, 21, 87-110.
- Dahlgren, P. (2015). Web-based political participation: engagement, emotion, expression, efficacy. *Media & Jornalismo* [Edição Especial], 21-42.
- Esteves, J. P. (2007). Os novos media na perspectiva da democracia deliberativa: sobre redes e tecnologias de informação e comunicação. In E. B. Pires (Org.), *Espaços públicos, poder e comunicação* (pp. 209-224). Porto: Edições Afrontamento.
- Esteves, J. P. (2011). Novos media e deliberação: sobre redes, tecnologia, informação e comunicação. *Media & Jornalismo*, 10(1), 31-45.
- Leung, D.K.K. & Lee, F.L.F. (2014). Cultivating an active online counterpublic: Examining usage and political impact of internet alternative media. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3), 340-359.
- Magalhães, M. S. & Marôpo, L. (2016). Investigação em comunicação digital: uma reflexão sobre métodos para a análise de redes sociais. *Revista Comunicando*, 5(1). Retirado de <http://www.revistacomunicando.sopcom.pt/edicao/107>
- Mena, J. C. & Benítez-Eyzaguirre, L. (Eds.). (2017). *Activismo digital y nuevos modos de ciudadanía: una mirada global*. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. [eBook]. Retirado de http://incom.uab.cat/download/ebook_lucila_v4.pdf
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: the internet as a public sphere. *New Media Society*, 4(1), 9-27.
- Rapp, L.; Button, D. M.; Fleury-Steiner, B. & Fleury-Steiner, R. (2010). The internet as a tool for Black feminist activism: Lessons from an online antirape protest. *Feminist Criminology*, 5(3), 244-262.
- Recuero, R. & Lima, L. M. (2016, maio). Vamos juntas: compreendendo a possibilidade de sororidade e empoderamento feminino a partir dos sites de redes sociais. Comunicação apresentada no XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Intercom, Curitiba. Retirado de <http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0955-1.pdf>
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods*. Cambridge (MA): The MIT Press.
- Tavares, M. M. P F. (2008). *Feminismos em Portugal (1947-2007)*. Tese de Doutoramento, Universidade Aberta, Lisboa, Portugal.

Tomazetti, T. P. (2015). O feminismo na era digital e a (re)configuração de um contexto comunicativo para políticas de gênero. *Razón y Palabra*, 90, 1-17.

Vinuto, J. (2014). A Amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. *Temáticas*, 22(44), 203-220.

Citação:

Marôpo, L.; Silva, M. Torres da & Magalhães, M. (2017). Feminismo online em Portugal: um mapeamento do ativismo no Facebook. In S. Pereira & M. Pinto (Eds.), *Literacia, Media e Cidadania – Livro de Atas do 4.º Congresso* (pp. 280-293). Braga: CECS.